

УДК 378.035.4 316.74

ББК С5

ОТНОШЕНИЕ ЖИТЕЛЕЙ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ К СРЕДСТВАМ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Русских Л.В.,

*Доцент, Кандидат культурологии
кафедра социологии и политологии
НИУ Южно-уральский государственный университет,
г. Челябинск, Россия
ludmilaruss@mail.ru*

ATTITUDE OF CHELYABINSK REGION RESIDENTS TO MEANS OF MASS COMMUNICATION

Russian L

*Associate Professor, Candidate of Cultural Studies
Department of Sociology and Political Science
NIU South Ural State University,
Chelyabinsk, Russia
ludmilaruss@mail.ru*

Аннотация

В статье приводятся результаты исследования информационных предпочтений жителей Челябинской области, уровня доверия и популярности различных средств массовой коммуникации. На основе эмпирического материала, полученного методом фокус-групп, определены основные источники получения информации и отношение жителей области к ним. Анализируются факторы, формирующие это отношение, определяются темы, наиболее актуальные для населения региона.

Annotation

In the article results of research of information preferences of inhabitants of the Chelyabinsk area, a level of trust and popularity of various mass communications are resulted. Based on the empirical material obtained by the focus group method, the main sources of information obtaining and the attitude of

the region's residents to them have been determined. The factors forming this relation are analyzed, the topics most relevant to the population of the region are determined.

Ключевые слова: средства массовой коммуникации, информационные предпочтения, уровень доверия информации, официальные каналы информации.

Keywords: mass media, information preferences, level of information trust, official information channels.

Результаты исследования позволяют утверждать, что информация о социально-экономическом и политическом развитии региона, как таковая, не представляет интереса для большинства жителей области. Это относится и к деятельности Губернатора и Правительства Челябинской области. Респондентов волнуют только те вопросы, которые касаются решения насущных проблем, с которыми жители области сталкиваются в своей повседневной жизни. Традиционно остро стоят вопросы загрязнения окружающей среды, строительства Томинского ГОКа: «Почему Правительство не прислушивается к гражданам своим? Это однозначно будет вредно!», «Мы что пить будем?», «Со свалкой ничего не решается», и т.п. Горожане также очень обеспокоены плохой работой городского транспорта, засилием маршрутных такси, «которыми нас вынуждают пользоваться», многие боятся за свою безопасность «им правила не писаны, они как хотят, так и ездят», одна участница беседы сама попадала в ДТП с маршрутным такси. Респондентов возмущает, что водители – мигранты не соблюдают правила движения, лихачат, постоянно разговаривают по телефону и меняют маршруты. Возникают напряженные ситуации с иностранцами и в студенческой среде, чего ранее не отмечалось. Также жители обеспокоены проблемами доступности и качества здравоохранения, которое практически стало платным, обустройством дворов, озеленением, уборкой улиц, нехваткой мест в детских дошкольных учреждениях,

качеством жилищного строительства, услуг и тарифов ЖКХ. Если горожане отмечают, что «дороги стали делать» (но только центральные, внутри кварталов и в новых районах их просто нет), то жители сельской местности эту проблему ставят на второе место после безработицы. Актуальны также вопросы качества и доступности образования, поборов в учебных заведениях, дороговизна и недостаточное количество досуговых центров для детей и, особенно, подростков, отсутствие помощи молодым семьям и проблемы с трудоустройством молодых специалистов.

Большинство участников дискуссии обращают внимание только на те действия Губернатора, которые направлены на решение перечисленных и других, важных для конкретных людей, проблем. Иными словами, для того, чтобы информация не прошла фоном, а заинтересовала, она должна быть актуальной, должна задеть за живое. Посылы типа «Губернатор посетил такое-то мероприятие», или «дал такое-то поручение» воспринимаются респондентами как лишённые какого-либо информационного содержания. «Я слушаю только то, что касается меня. Обещал зарплату медикам до 30 поднять, врачам до 60... Вот сижу, жду каждый месяц...». Так конкретные дела и проекты Главы региона мало кто смог назвать, но то, что Губернатор не против строительства ГОКа, знают все. Про проект «Стратегия 2020» некоторые слышали, но содержания его не знают. «О конкретных делах не слышал, слышал о проекте 2020, он наобещал чуть ли не все сделать, что у нас плохо, но на деле разницы не вижу», «город, как был серым и тусклым, так и остался». Из конкретных дел были названы строительство спортивных площадок и благоустройство дворов, форум «Утро», а также проведение ряда спортивных мероприятий, названия которых не прозвучали. Житель с. Уйского вспомнил, что спонсируются детские кружки, занимающиеся робототехникой, но, в целом, жители села считают, что если что-то хорошее и происходит, то это в крупных городах, а «у нас деревни падают – больно смотреть». При этом деятельность Б. Дубровского не оценивается негативно, ему даже сочувствуют: «Дубровскому область досталась, конечно, вся

разговоранная, он там что-то мыкается, что-то пытается, в итоге ничего не делает». Что касается работы Правительства Челябинской области, то о ней население информировано еще меньше. Попытки «разговорить» группу на оценку его деятельности не принесли никакого результата. Целенаправленно новостями о деятельности областной власти практически никто не интересуется, они просматриваются или прослушиваются по ходу потребления другой информации, или случайно: «проходя мимо комнаты, когда телевизор включен, могу что-то услышать, но обработать эту информацию... Не задумываюсь».

Можно сказать, что люди верят не тому, что говорят или пишут в СМИ, а тому, что видят своими глазами, или узнают из «надежных» источников, которыми, чаще всего, являются близкие родственники, друзья и коллеги. Тем не менее, практически все, правда, в разной степени, пользуются СМИ. Самыми главными источниками информации являются Интернет и телевидение. Не утратило своей актуальности и радио, но его, чаще всего, слушают автомобилисты. Из печатных изданий журналы не назвал никто, а вот газеты читают, причем прозвучало даже мнение, что печатный текст более правдив, поскольку «по телевидению помолол-помолол, завтра мелет уже другое, сам не помнит, о чем говорил, а кто слушал – забыли. А газетная информация – она остается надолго». Тем не менее, мысль о том, что газеты умирают, а «лет через 20 – 30 вообще исчезнут», прозвучала.

Мотив выбора источника информации не связан со степенью доверия или недоверия информации и продиктован удобством ее получения. Так, под телевизор люди собираются на работу, в транспорте просматривают Интернет, а радио скрашивает длительные поездки автомобилистам, которые предпочитают Радио Олимп и Европа плюс. Именно поэтому явных предпочтений по поводу вида подачи информации не существует. Главное – она должна быть компактной и не отнимать много времени.

Из телевизионных каналов обычно смотрят Первый канал, канал Россия, ТВЦ, РЕН ТВ, ТНТ, НТВ, 5 канал, Россия 24, СТС, РБК и канал Звезда. Из местных каналов были названы ОТВ, 31 канал, ЧГТРК, Восточный экспресс, СТС-Челябинск, в Магнитогорске – ТВ ИН, ТНТ-Магнитогорск. Меньше других, по мнению участников дискуссии, ангажированы 5 канал, РЕН ТВ, Россия 24 и ОТВ, они подают информацию более-менее нейтрально, Первый канал и Россия – искажают, что касается НТВ, то там «пропаганда идет чистая», РБК – «все врут», этим каналам, в основном, не доверяют. Местный 31 канал называют проправительственным и упрекают в том, что он приукрашивает информацию, как, впрочем, и большинство центральных каналов. Магнитогорцы хорошо отзываються о местных каналах – ТВ ИН, ТНТ-Магнитогорск и, в целом, им доверяют.

Нужно сказать, что зрители хорошо улавливают изменения, которые происходят на тех каналах и в передачах, которые они привыкли смотреть, так, например, по поводу «Добров в эфире» было сказано, что «его, похоже, тоже подкупили», он стал «как-то сглаживать информацию». Некоторые даже имеют собственные маркеры, позволяющие понять, достоверна информация из данного источника, или нет, таким маркером, например, является поддержка и оправдание участия России в войне в Сирии, «в моих глазах это сразу дискредитирует данное СМИ».

Из печатных изданий читают Аргументы и факты, Вечерний Челябинск, Советскую Россию, Телнеделю, магнитогорцы – Магнитогорский металл. В целом, как уже отмечалось, уровень доверия газетам достаточно высок, но наибольшим доверием пользуется АиФ. Что касается Южноуральской панорамы, то ее читает только один из участников беседы, остальные вспомнили о ней только после прямого вопроса и с большим трудом.

Для получения информации о событиях, происходящих в Челябинской области, широко используется Интернет, и не только молодежью, но и представителями старшего поколения, так как он «доступнее, быстрее, в

кармане всегда». Чаще всего просматривается новостная лента на стартовой странице в Яндексe, Майл.ру, ВКонтакте и Одноклассниках. Популярны такие новостные сайты, как 74.ру, Челябинск.ру, Ура.ру, из оппозиционных – Медуза, Лентач, Настоящее время. Менее популярны У74.ру, 31.ру, УралДейли, сайты газет «Вечерний Челябинск», «АиФ-Челябинск» и сайт областного телевидения. В селе Уйском очень популярен сайт районной газеты «Колос», а в Магнитогорске – Верстов-инфо, Магсити 74.

Ответы на вопрос о том, в какой форме должна быть представлена информация в Интернете, можно свести к ответу: «Чем короче, тем лучше». По мнению большинства, первоначально она должна быть представлена в компактной текстовой форме, а потом в форме видео, которое будет просмотрено, если человека заинтересует текстовая информация. Обычно, для получения искомой информации, респонденты обращаются к новостным сайтам, а не в социальные группы, если информация заинтересовала, пользователь либо переходит по ссылке, либо делает запрос в поисковике.

Полного доверия нет ни к одному из источников информации, проправительственные СМИ, по мнению респондентов, ее приукрашивают, а оппозиционные «палку перегибают». Так, например, «Первый канал и Дождь одну и ту же информацию прямо противоположно излагают».

По поводу того, могут ли социальные сети заменить новостные сайты, мнение участников отрицательное, так как у них иная функция, они создаются «для общения, а не для информации», хотя многие и состоят в таких группах, как 74.ру, Вести – Челябинск, Вести – Магнитогорск и т.п. Большинство же респондентов подписаны на группы либо по интересам, либо по профессии, либо по месту жительства, как, например, магнитогорские группы МГН 74 и Подслушано Магнитогорск, либо «друзья там подписаны». Многие замечали, что новости в социальных сетях полностью копируются из новостных сайтов. Несколько молодых человек пришли к решению удалиться из всех групп, так как это стало отнимать много времени.

Об официальном сайте Губернатора и Правительства Челябинской области население в целом информировано, отношение к нему варьируется от сдержанно-нейтрального «скучный, консервативный, наверное, такой и должен быть официальный сайт», до негативного. На дискуссии присутствовали люди, которые даже обращались на этот сайт с конкретными вопросами. Главная претензия – формальные отписки на обращения граждан вместо решения проблемы. Схема известная – обратившемуся присылают ответ, типа «ждите, предусмотрено и т.д», а потом перенаправляют куда-нибудь в районный орган, а там уже просто ничего не делается. Люди хотели бы, чтоб на сайте была четкая информация о том, кто за какие вопросы отвечает, а, главное, конкретные решения по конкретным обращениям. Предлагалось прилагать фотографии чиновников и размещать в открытом доступе перечень вопросов, а также решений, которые по ним приняты. Должна быть налажена обратная связь, должны быть ответы на самые частые вопросы населения, и эти ответы должны быть чем-то подтверждены (фотографиями, видео, неважно, главное, чтобы было видно, что работа делается, «вот тут была свалка, а тут ее уже нет»). Должны быть отчеты и о работе губернатора «чтобы было видно, что он делает, и чтоб он мог это подтвердить». Оптимальная форма общения Губернатора с населением, по мнению большинства участников беседы, – прямые линии, многие сразу заявили: «Как Путин». Прозвучало предложение проводить встречи в конкретных городах и районах, или с представителями инициативных групп. По проблемам, возникающим в отдельных сферах деятельности, должны отчитываться чиновники, отвечающие за эти сферы, чтобы было видно, чем они на самом деле заняты. Многие хотели бы, чтоб это происходило в присутствии Главы региона. Надо сказать, что люди отлично понимают, что у Губернатора очень много дел и забот, поэтому о текущих его решениях могут рассказывать и его представители. Прозвучали и конкретные фамилии: В. Евдокимов, Е. Редин, Е. Тефтелев. Молодежь высказалась было и за

страничку Губернатора в Инстаграме, но участники засомневались, что у Б. Дубровского есть время на то, чтобы вести ее самостоятельно.

Следует отметить, что мнения респондентов о том, возможно ли с помощью СМИ решить какую-то социальную проблему, разделились. Большинство в этом сомневается, хотя были приведены конкретные примеры: строительство школы в микрорайоне Чурилово в Челябинске, которого добились жители новостройки; наказание полицейских, избивших невинного человека в Магнитогорске и предоставление жилья выселенным из снесенных домов семьям в том же Магнитогорске; ремонт лифта в челябинской многоэтажке, после сюжета на местном телеканале. Единодушное мнение таково: на власть воздействовать можно, «но реально большой кровью». Участники считают, что областная власть не должна игнорировать народную инициативу, а обязана вступать в диалог с равнодушными людьми, с такими, например, как челябинский блогер Д. Закарлюкин, создатель проекта «Сделаем». Он «поднимает острые экологические проблемы, которые на самом деле есть, и которые на самом деле нужно решать», «его просто игнорят, а могли бы через этого блогера вещать свою информацию», «но ни в коем случае нельзя покупать этих блогеров». Респонденты утверждают, что «купленных» видно сразу, и такой источник информации «сразу дискредитирует сам себя», поэтому попытки власти прибегнуть к такого рода воздействию на население вряд ли будут успешными.

Основные выводы:

1. Основные источники получения информации о социально-экономическом и политическом развитии региона и деятельности руководства региона – Интернет и телевидение. Первый – потому что доступнее и удобнее, второе – потому что привычнее. При этом степень доверия газетам несколько выше. Утверждение, что Интернет полностью вытеснил телевидение и газеты несколько преждевременно. Даже активные молодые пользователи, убежденные в том, что это так, перечислили все основные ТВ каналы и смогли их уверенно оценить.

2. Чем нейтральнее подается информация, чем больше в ней фактов и меньше оценочных суждений, тем выше уровень доверия этой информации.
3. Традиционные региональные СМИ не утратили своей актуальности и остаются востребованными. Пользуются доверием телекомпания ОТВ, газета АиФ-Челябинск, Вечерний Челябинск и Магнитогорский металл.
4. Социальные сети, несмотря на их широкое распространение, не могут заменить новостных сайтов, так как используются, в основном, для общения, развлечений, и обсуждения насущных проблем, объединяющих членов группы.
5. Областная власть не должна игнорировать те Интернет-сообщества, которые проявляют высокую социальную активность, широко известны и пользуются поддержкой и одобрением со стороны населения. Учитывая запрос общества на развитие обратной связи, целесообразно налаживать контакт с такими группами, отвечать на поднимаемые ими вопросы. В случае, если эти ответы не будут формальными, если будут приняты конкретные решения, это, безусловно, очень повысит авторитет власти в глазах очень большого количества людей, так как социальные сети обладают огромной аудиторией.
6. СМИ и социальные сети могут быть использованы как инструмент решения социальных проблем, и такие примеры есть, но для этого нужно приложить очень много усилий.
7. Официальный сайт Губернатора и Правительства Челябинской области «слишком официален». Люди хотели бы «живого общения» со своим Губернатором, оптимально – в форме прямой линии, а также существует большая потребность в том, чтобы видеть конкретные результаты деятельности руководства области.